

# 反響(効果)測定とは？

## ◆反響測定が必要な理由

---

集客をする上で、貴社がゴールとする目標があると思います。  
それは例えば、資料請求の件数だったり、来店数等があります。

もちろんその目標へむかって様々な手段を実施するのですが、その前段階である  
**<興味をもった人>**がどれだけいるのか、を計測する事が大切です。  
その母数が多いほど貴社がゴールとする件数が増えるからです。

よってラクスルでは配布したエリア内にてチラシ内容に**<興味をもった人>**が  
どの程度存在するのか、を測定する事をお勧めしています。

# ◆反響測定方法

ラクスルでは下記手法をおすすめします。

## ■実店舗集客の場合

- ①チラシにクーポンをつける(来店時に持参してもらう)
- ②上記でハードルが高いと思われる場合は『口頭でチラシ見ました』と伝えてもらう事で〇〇プレゼントという文言を入れお店側で件数チェックを行う。

## ■オンライン集客の場合(WEB上にある指定サイトへアクセスさせる場合)

計測したいWEBサイトへのQRコードを付加し、そのカウント計測を行う



### 実店舗の反響例



チラシ  
クーポン  
付与

チラシ  
専用  
コード

チラシ  
専用電話  
番号

来店動機  
のアンケー  
ト

など



### オンラインの反響例

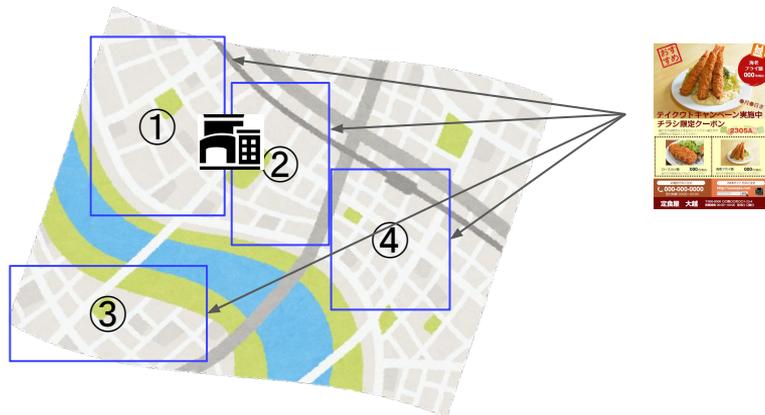


QRコードの読込回数  
アプリDL数  
計測

など

# ◆配布エリアと反響測定方法(事例)

まず、商圈を区切ってチラシの反響を測定



エリア別の反響測定を行い、ユーザー属性を計測

エリア	配布部数	反響数	反響率	優先順
①	1,500	20	0.09%	B
②	900	30	0.2%	A
③	2,000	30	0.15%	B
④	1,000	5	0.05%	C

上記のように、デザイン分けを行い計測できるように仕組みを取り入れる事

デザイン制作に時間が取れない場合は、計測トリガーとなる部分(クーポンやQRコード)のみエリアごとに変化させたものを配布する事でも良い

**ただ配布するだけ是不够的！**

**反響（効果）測定を行い配布を可視化**

**次回の配布施策につなげていきましょう！**

